

Vysoká škola báňská – Technická univerzita

Studijní program Hospodářská politika a správa

Studijní obor Ekonomická žurnalistika

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Medializace vybraných událostí a její vliv na humanitární pomoc

**Media promotion of selected events and its impact on
humanitarian aid**

Autor: Petra Uvírová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jana Gibarti, PhD.

Akademický rok 2010/2011

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci vypracovala samostatně.

V Ostravě.....

.....
Petra Uvírová

Abstrakt

Ve své závěrečné práci jsem se zaměřila na tři největší živelné katastrofy z posledních desíti let a na míru a četnost jejich medializace ve třech hlavních zpravodajských relacích, a to v Událostech na ČT1, Televizních novinách na TV Nova a Zprávách televize Prima. V práci bylo pohlíženo na dopady katastrof a porovnávalo, s jakou intenzitou byly tyto informace prezentovány.

Ve druhé části se práce zaměřuje na finanční toky, které plynuly do neziskových organizací právě v souvislosti s těmito třemi událostmi a zároveň v jaké výši byly prostředky poskytnuté NO v postižených oblastech.

Cílem práce bylo zjistit, jak intenzita prezentace ve zpravodajských relacích ovlivňuje veřejné mínění, které je měřitelné právě výši příspěvků, které subjekty na danou událost poskytly největším a také mediálně nejsilnějším neziskovým organizacím.

In my final work, I focused on the three largest natural disasters of the last ten years, and the degree and frequency of media coverage in three main news programs, and events in the CT1, TV news at TV Nova and Prima TV News. The work was seen on the impacts of disasters and compared, the intensity with which this information is presented.

In the second part of the work focuses on financial flows, which flowed into the non-profit organizations, specifically in connection with these three events and also in what amount the funds were provided by NO in the affected areas.

The aim was to determine how the intensity of the presentation in news programs affecting public opinion, which is precisely measurable amount of contributions to parties to the event provided the largest and most powerful media-profit organizations.

Obsah

1	ÚVOD.....	6
2	TEORETICKÁ VÝCHODISKA MOTIVACE	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.1	MOTIVACE Z HLEDISKA PSYCHOLOGIE	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.2	TYPY MOTIVACE V RÁMCI PRACOVNÍHO VÝKONU	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.3	TEORIE MOTIVACE.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.3.1	Teorie instrumentality	Chyba! Záložka není definována.
2.3.2	Teorie zaměřené na obsah- teorie potřeb	Chyba! Záložka není definována.
2.3.3	Teorie zaměřené na proces	Chyba! Záložka není definována.
▪	Expektační teorie.....	Chyba! Záložka není definována.
▪	Teorie cíle	Chyba! Záložka není definována.
▪	Teorie spravedlnosti	Chyba! Záložka není definována.
2.4	ODMĚŇOVÁNÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.5	MOŽNÉ ZPŮSOBY ODMĚŇOVÁNÍ V RÁMCI ŘÍZENÍ PRACOVNÍHO VÝKONU .	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.5.1	Odměňování podle výkonu	Chyba! Záložka není definována.
2.5.2	Odměňování podle schopností	Chyba! Záložka není definována.
2.5.3	Odměňování podle znalostí a dovedností	Chyba! Záložka není definována.
2.5.4	Odměňování podle přínosu	Chyba! Záložka není definována.
2.5.5	Odměňování za očekávané výsledky práce	Chyba! Záložka není definována.
2.6	ZÁSLUHOVÉ ODMĚŇOVÁNÍ	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
2.6.1	Odměňování podle délky zaměstnání	Chyba! Záložka není definována.
2.6.2	Týmové odměňování	Chyba! Záložka není definována.
2.6.3	Celopodnikové systémy odměňování	Chyba! Záložka není definována.
3	ZAMĚSTNANECKÉ VÝHODY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
3.1	ČLENĚNÍ ZAMĚSTNANECKÝCH VÝHOD	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
3.2	HLAVNÍ TYPY ZAMĚSTNANECKÝCH VÝHOD	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
3.3	NEJČASTĚJŠÍ ZAMĚSTNANECKÉ VÝHODY NABÍZENÉ V ČR.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
3.3.1	Stravování zaměstnanců	Chyba! Záložka není definována.
3.3.2	Penzijní připojištění a životní pojištění	Chyba! Záložka není definována.
3.3.3	Služební automobil využívaný i pro soukromé účely ...	Chyba! Záložka není definována.
3.3.4	Služební mobilní telefon a notebook	Chyba! Záložka není definována.
3.3.5	Odborné vzdělávání zaměstnanců	Chyba! Záložka není definována.
3.3.6	Příspěvky na sportovní a kulturní aktivity, rekreaci.....	Chyba! Záložka není definována.
3.3.7	Poskytování zaměstnaneckých půjček.....	Chyba! Záložka není definována.
3.3.8	Nepeněžní benefity.....	Chyba! Záložka není definována.
3.4	NOVINKY V BENEFITECH	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.

4	CHARAKTERISTIKA POROVNÁVANÝCH ORGANIZACÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
4.1	SPOLEČNOST CONTINENTAL MATADOR RUBBER, S.R.O.	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	<i>Zaměstnanecké výhody společnosti Continental Matador Rubber, s.r.o.</i>	Chyba! Záložka není definována.
4.2	SPOLEČNOST ARCELORMITTAL OSTRAVA, A. S.	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	<i>Zaměstnanecké výhody společnosti ArcelorMittal, a. s.</i>	Chyba! Záložka není definována.
4.3	SPOLEČNOST HYUNDAI MOTOR MANUFACTURING CZECH S.R.O.	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
5	POPIS A ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU MOTIVACE V HYUNDAI MOTOR MANUFACTURING CZECH S.R.O.	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
5.1	SYSTÉM ODMĚŇOVÁNÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
5.2	SOUČASNÉ ZAMĚSTNANECKÉ VÝHODY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6	NÁVRH BENEFITŮ PRO ZAMĚSTNANCE MANAGER TRACKU.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1	NÁVRH ZAMĚSTNANECKÝCH VÝHOD V DOBĚ KRIZE	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2	NÁVRH ZAMĚSTNANECKÝCH VÝHOD V HOSPODÁŘSKÉM CYKLU OŽIVENÍ A KONJUNKTURY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
7	VYUŽITÍ ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY V MÉDIÍCH	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
8	ZÁVĚR	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	SEZNAM ZKRATEK	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
	SEZNAM PŘÍLOH.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.

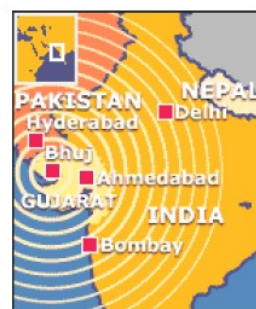
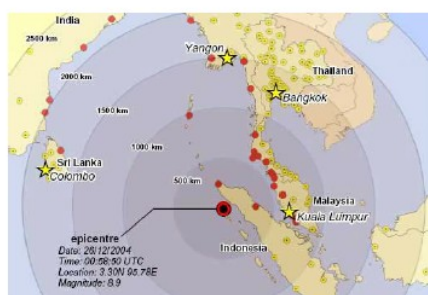
1 Úvod

Media Content Analysis



Media Coverage on the Tsunami in Asia vs. The Earthquake in Pakistan

International Analysis of German, US, UK, South African and Czech media



Tsunami vs earthquake in Pakistan

Tsunami

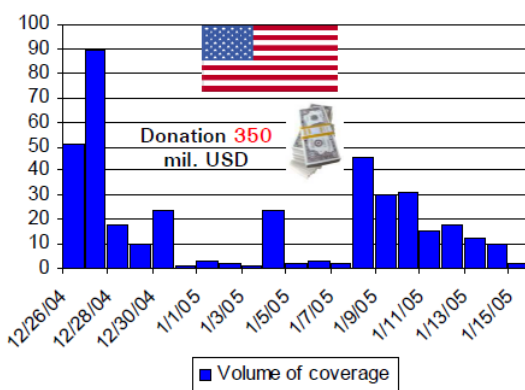
Earthquake in Pakistan

Total death	289.273	79 000 Unofficial: 100 000
Homeless/ displaced	1. 500. 000	3 000 000 – 4 000 000
Area	flat, easy to approach	rugged mountainous terrain
Helicopters provided	4. 000	70
Weather conditions	moderate	temperature below zero, snow is a threat
Speed of Aid	80% in two weeks	up till now 12% of promised aid
Tourism in the country	high	low
Media reporting vs private aid	high/ high	low/ low (see the analysis)

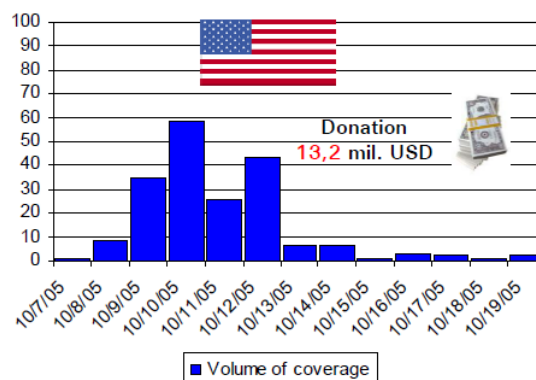
Tsunami received more coverage in US TV News

Coverage of the Tsunami Vs. the Earthquake - U.S. T.V. News

USTV coverage on the Tsunami in Asia



USTV Coverage on the Earthquake in Pakistan

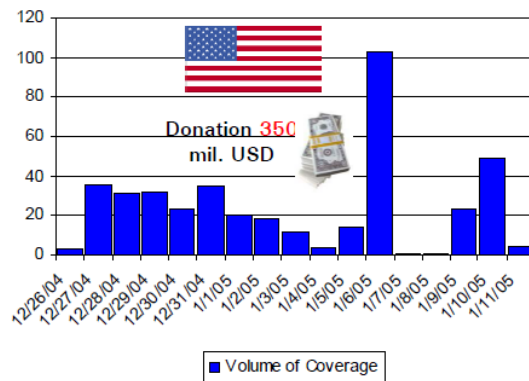


Coverage on the tsunami in Asia exceeded that of the earthquake by a fair margin both in terms of volume as well as period of coverage.

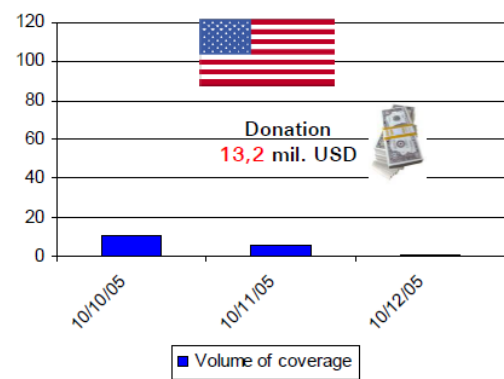
US print media have negligible coverage on the earthquake

Coverage of the Tsunami Vs. the Earthquake - U.S. Print media

US Print media coverage of the Tsunami in Asia



US Print coverage on the Earthquake in Pakistan

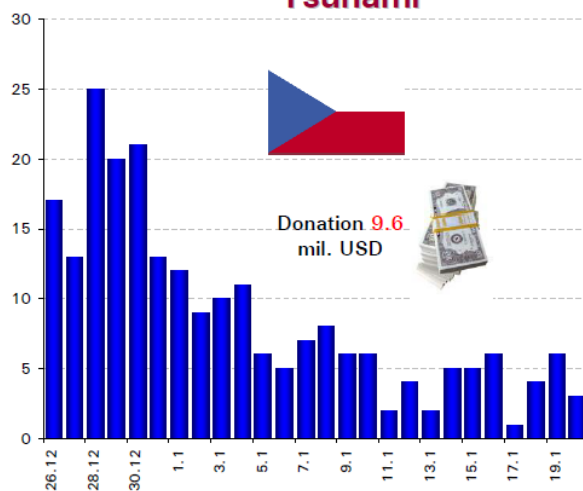


Coverage on the earthquake in Pakistan was virtually non-existent in the analyzed print media. Coverage on the Tsunami was similar to the trend seen on television with it receiving more extensive coverage than the earthquake.

Donation for earthquake far behind Tsunami

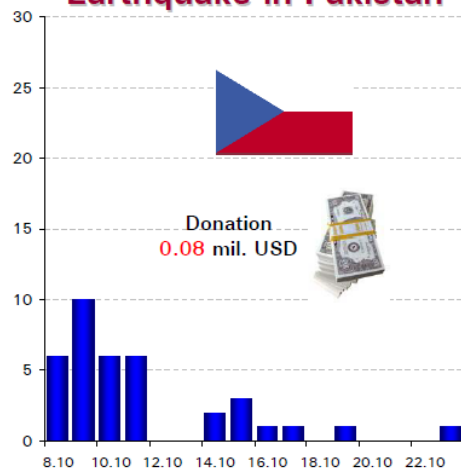
Coverage of the Tsunami Vs. the Earthquake - CZ. T.V. News

Tsunami



Volume of coverage by days

Earthquake in Pakistan



Volume of coverage by days